1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej na temat możliwości oferowanych przez program Europejski Korpus Solidarności (dalej: EKS).
2. **Kampania składać się będzie z 2 elementów (Wykonawca przedstawi do wyboru 6 influencerów oraz 6 podcasterów) :**
3. Współpraca z 3 influencer(k)ami tworzącymi treści na Instagramie i/lub TikToku.
4. Współpraca z 3 podcaster(k)ami przeprowadzającymi wywiady.

Wykonawca wybierze Influencerów i Podcasterów do realizacji przedmiotu zamówienia po podpisaniu Umowy.

1. **Informacje o Europejskim Korpusie Solidarności**

EKS to program Komisji Europejskiej, który umożliwia młodym ludziom zaangażowanie się w lokalne inicjatywy oraz udział w projektach wolontariatu.

Program skierowany jest do młodzieży oraz organizacji i instytucji działających w sektorze solidarnościowym. Założenia programu skupione są wokół działań solidarnościowych.

Jego nadrzędny cel to umożliwienie organizacjom uzyskania dofinansowania projektów na rzecz społeczności i współpracy z młodymi ludźmi, którzy pragną zaangażować się w wolontariat w kraju i za granicą.

1. **Grupa docelowa kampanii**

Młodzi ludzie w wieku 16-30 lat. Młodzież szkół średnich, studenci, osoby po studiach, młode osoby szukające pracy, pracujące lub chcące zmienić pracę. Osoby po Erasmusie. Osoby, które są lub chcą być wolontariusz(k)ami. Osoby, które chcą wyjechać za granicę, podróżować, które chcą uczyć się języków obcych.

1. **Cele marketingowe i komunikacyjne kampanii**
2. Zwiększenie rozpoznawalności EKS.
3. Zwiększenie liczby młodych ludzi znających możliwości oferowane przez EKS.
4. Zwiększenie liczby wejść na stronę eks.org.pl
5. **Harmonogram działań**
6. Działania zostaną rozplanowane na okres od momentu zawarcia umowy do 16 grudnia 2022 r.
7. Szczegółowy harmonogram prac zostanie uzgodniony pomiędzy stronami w trybie roboczym, z zastrzeżeniem, że wszystkie działania muszą zostać zakończone i odebrane w terminie do 16 grudnia 2022 r.
8. **Wymagania merytoryczne i techniczne dotyczące punktu II.1**
9. Wykonawca odpowiedzialny będzie za nawiązanie współpracy z influencer(k)ami (3 osoby), którzy poprzez publikację wpisów w swoich kanałach społecznościowych (Instagram, TikTok) rozpropagują wiedzę na temat EKS wśród grupy swoich fanów, pokrywającej się ze wskazaną grupą docelową.
10. Wymagania dotyczące wskazanych przez Wykonawcę influencerów(-ek):
11. spełniają warunek szerokiej rozpoznawalności, ugruntowanego, pozytywnego wizerunku;
12. angażują się w kampanie społeczne, wartościowe inicjatywy czy pożyteczne społecznie działania LUB spełniają warunek profili tematycznych - prowadzenie kanałów o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym. Za kanał edukacyjny, popularnonaukowy uważa się kanał, który w sposób rzetelny i przystępny wyjaśnia zagadnienia z różnych dziedzin opierając się na profesjonalnych publikacjach, badaniach i komentarzach ekspertów.
13. kanał nie powinien mieć wyłącznie charakteru lifestylowego i rozrywkowego.
14. minimum 50 000 obserwujących na Instagramie LUB minimum 50 000 obserwujących na TikToku; baza fanów pokrywająca się ze wskazaną grupą docelową.
15. Zaproponowane w ofercie kanały influencerów nie mogą zawierać treści, które kłócą się z wizerunkiem EKS oraz które mogą negatywnie wpłynąć na pozycjonowanie marki EKS:
16. wszelkie treści udostępniane na kanałach zaproponowanych w ofercie przez Wykonawcę influencerów muszą być zgodne z zasadami przyjętymi przez portale społecznościowe, w których treści zostaną zamieszczone,
17. kanały nie mogą zawierać treści niebezpiecznych, propagujących nienawiść (np. wypowiedzi bezpośrednio atakujące inne osoby w zakresie ich rasy, pochodzenia, narodowości, niepełnosprawności, wyznania, orientacji seksualnej, płci biologicznej, tożsamości płciowej, poważnych chorób itp.),
18. kanały nie mogą zawierać materiałów epatujących nagością,
19. kanały nie mogą zawierać treści zachęcających do niebezpiecznych lub nielegalnych działań.
20. Do zadań każdego z influencerów należeć będzie:
21. przygotowanie i publikacja postu na Instagramie (treść + grafika/zdjęcie). Zamawiający wymaga, aby w ciągu 12 godzin po publikacji postu i 3 godzin przed publikacją influencer nie umieszczał innych postów;
22. przygotowanie i publikacja 4 kafelków relacji na Instagramie w dniu 5 grudnia 2022 r.
23. przygotowanie i publikacja rolki (90 sekund) na Instagramie
24. przygotowanie i publikacja wideo (90 sekund) na TikToku
25. Zrealizowane i opublikowane materiały powinny pozostać w mediach społecznościowych każdego influencera co najmniej do 31.12.2022, chyba że Zamawiający zdecyduje o ich wcześniejszym usunięciu.
26. W ciągu siedmiu dni od podpisania umowy Zamawiający przedstawi Wykonawcy brief zawierający wymagany zakres merytoryczny mających powstać materiałów.
27. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu scenariusz każdego z nagrań i postów do akceptacji. Po akceptacji scenariusza Wykonawca przedstawi gotowe nagrania oraz pozostałe posty przed publikacją.
28. Wykonawca przygotuje grafikę i krótki tekst (post do 300 znaków) o każdym z influencerów(-ek), gotowy do umieszczenia na Facebooku, Instagramie, stronie www Zamawiającego.
29. Zamawiający zaakceptuje poszczególne materiały lub zgłosi do nich uwagi. W przypadku uwag Wykonawca zapewni poprawienie materiału i przedstawi go do ponownej akceptacji.
30. Wykonawca uzgodni z Zamawiającym terminy publikacji poszczególnych materiałów.
31. Zamawiający zastrzega sobie możliwość publikacji powstałych materiałów na wszystkich swoich kanałach.
32. Wykonawca przygotuje raport, który będzie zawierać informację wyników:
33. Liczba wyświetleń
34. Liczba użytkowników, do których dotarły materiały
35. Liczba interakcji (komentarzy, udostępnień)
36. Wnioski z przeprowadzonej kampanii.
37. **Wymagania merytoryczne i techniczne dotyczące punktu II.2**
38. Wykonawca odpowiedzialny będzie za nawiązanie współpracy z podcaster(k)ami (3 osoby), którzy przeprowadzą i opublikują wywiad z wolontariuszką/wolontariuszem EKS, dzięki czemu rozpropagują wiedzę na temat EKS wśród grupy swoich fanów, pokrywającą się ze wskazaną grupą docelową.
39. Wymagania dotyczące wskazanych przez Wykonawcę podcasterów(-ki):
40. spełniają warunek szerokiej rozpoznawalności, ugruntowanego, pozytywnego wizerunku;
41. angażują się w kampanie społeczne, wartościowe inicjatywy czy pożyteczne społecznie działania LUB spełniają warunek profili tematycznych - prowadzenie podcastu o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym. Za podcast edukacyjny, popularnonaukowy uważa się podcast, który w sposób rzetelny i przystępny wyjaśnia zagadnienia z różnych dziedzin, opierając się na profesjonalnych publikacjach, badaniach i komentarzach ekspertów.
42. podcast nie powinien mieć wyłącznie charakteru lifestylowego i rozrywkowego.
43. podcast powinien być na co najmniej 2 popularnych platformach ze średnią liczbą odsłuchań minimum 10 000.
44. Zaproponowane w ofercie podcasty nie mogą zawierać treści, które kłócą się z wizerunkiem EKS oraz które mogą negatywnie wpłynąć na pozycjonowanie marki EKS:
45. podcasty nie mogą zawierać treści niebezpiecznych, propagujących nienawiść (np. wypowiedzi bezpośrednio atakujące inne osoby w zakresie ich rasy, pochodzenia, narodowości, niepełnosprawności, wyznania, orientacji seksualnej, płci biologicznej, tożsamości płciowej, poważnych chorób itp.),
46. podcasty nie mogą zawierać treści zachęcających do niebezpiecznych lub nielegalnych działań.
47. Wolontariuszy/wolontariuszki do udziału w podcaście wytypuje Zamawiający i przekaże Wykonawcy dane kontaktowe wybranych osób. Przekazane zostaną również wszystkie informacje na temat projektów, idei programu etc.
48. Wykonawca przygotuje grafikę i krótki tekst (post do 300 znaków) o każdym z podcasterów(-ek), gotowy do umieszczenia na Facebooku, Instagramie, stronie www Zamawiającego.
49. Do zadań każdego z podcasterów należeć będzie:
50. Przeprowadzenie i opublikowanie wywiadu z wolontariuszką/wolontariuszem, który wrócił z projektu EKS.
51. Stworzenie transkrypcji podcastu.
52. Stworzenie krótkiego materiału wideo do 30 sekund, zapowiadającego tematykę zawartą w podcaście (typu making off) – do wykorzystania przez Zamawiającego, na kanałach social media Zamawiającego.
53. Wykonawca przygotuje raport, który będzie zawierać informację wyników:
54. Liczba wyświetleń podcastów
55. Liczba słuchaczy, do których dotarł materiał
56. Wnioski z przeprowadzonej kampanii.
57. **Obowiązkowe elementy komunikacyjne**
58. Logo
59. Adres strony eks.org.pl
60. @europejskikorpussolidarności
61. Możliwości programu EKS: a) dla osób w wieku 18-30 lat, b) wyjazdy na wolontariat za granicę, c) dofinansowanie działalności lokalnej, dla własnej społeczności.